

REVISTA

Actualidades Investigativas en Educación

<http://revista.inie.ucr.ac.cr/>
ISSN 1409-4703


INIE
Instituto de Investigación
en Educación

DESARROLLO DE COMPETENCIAS MEDIÁTICAS EN ESTUDIANTES DE PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS: EL CASO DEL CIBERPERIÓDICO *COMUNIC@NDO*

DEVELOPING ADVERTISING AND PUBLIC RELATION STUDENTS' MEDIA SKILLS: A
CASE STUDY OF THE IMPLEMENTATION OF CYBERJOURNALISM AT THE UNIVERSITY
OF ALICANTE

Volumen 12, Número 2
Mayo-Agosto
pp. 1-19

Este número se publicó el 30 de mayo de 2012

Mar Iglesias García
Cristina González Díaz

Revista indizada en [REDALYC](#)

Revista distribuida en las bases de datos:

[CATÁLOGO DE LATINDEX](#), [IRESIE](#), [CLASE](#), [DIALNET](#), [DOAJ](#), [E-REVIST@S](#),

Revista registrada en los directorios:

[ULRICH'S](#), [REDIE](#), [RINACE](#), [OEI](#), [MAESTROTECA](#), [PREAL](#), [HUASCARAN](#), [CLASCO](#)

Los contenidos de este artículo están bajo una licencia [Creative Commons](#)



DESARROLLO DE COMPETENCIAS MEDIÁTICAS EN ESTUDIANTES DE PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS: EL CASO DEL CIBERPERIÓDICO COMUNIC@NDO

DEVELOPING ADVERTISING AND PUBLIC RELATION STUDENTS' MEDIA SKILLS: A CASE STUDY OF THE IMPLEMENTATION OF CYBERJOURNALISM AT THE UNIVERSITY OF ALICANTE

Mar Iglesias García¹
Cristina González Díaz²

Resumen: Los medios de comunicación se consolidan como una herramienta docente de notable importancia, utilizada para llevar a cabo la consecución de la adquisición de las competencias de aprendizaje establecidas en los planes de estudio. Al mismo tiempo, la cultura tecnológica en la que está inmerso el estudiante ofrece al profesorado un sinfín de posibilidades de abordar la enseñanza ayudado por las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). En este artículo se analiza el uso de un medio de comunicación, el ciberperiódico Comunic@ndo, como herramienta docente para impartir la asignatura Comunicación y Medios Escritos, materia correspondiente al Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Alicante (España). Para llevar a cabo el análisis se elaboró una encuesta realizada sobre una muestra de 106 alumnos de primer curso. Los resultados apuntan que Comunic@ndo facilita y fomenta el aprendizaje colaborativo, la capacidad de reflexión y la adquisición de destrezas mediáticas que el uso de esta herramienta exige.

Palabras clave: MEDIOS DE COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN, CIBERPERIÓDICO, COMUNIC@NDO

Abstract: Mass media are increasingly used by professors to help students develop the skills and competences established in university curricula. As they form a natural part of the technological culture in which students are immersed on a daily basis, they offer professors a wide range of possibilities to integrate ICT into their teaching. This study examines the use of a mass media, the cyberjournal Comunic@ndo, as a teaching tool to teach Communication and Media Writings, matter for the Degree of Advertising and Public Relations at the University of Alicante (Spain). To carry out the analysis, a survey conducted on a sample of 106 students. The results show that Comunic@ndo facilitates and promotes collaborative learning, the capacity for reflection and acquisition of media skills that use of this tool requires.

Keys words: MASS MEDIA, EDUCATION, CYBERJOURNAL, COMUNIC@NDO

¹ Profesora del Departamento de Comunicación y Psicología Social de la Universidad de Alicante (España). Licenciada en Ciencias de la Información-Periodismo, por la Universidad Complutense de Madrid, es Doctora por la Universidad de Alicante y Especialista Universitaria en Aplicaciones Educativas de las Tecnologías de la Información. En la actualidad imparte la asignatura "Comunicación y medios escritos" en el Grado de Publicidad y RRPP de la Universidad de Alicante. Dirección electrónica: mar.iglesias@ua.es

² Profesora Ayudante en la Universidad de Alicante (España). Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas y Doctora por la Universidad de Alicante. Su línea de investigación está ligada a la temática de su tesis titulada "Análisis formal y de contenido de los spots de alimentos dirigidos a niños". Por otro lado, integrado en el ámbito docente, muestra interés en el estudio de la docencia universitaria y la aplicación de las TIC a la enseñanza superior universitaria. Dirección electrónica: Cristina.GDiaz@ua.es

Artículo recibido: 25 de enero, 2012

Aprobado: 17 de mayo, 2012

1. Introducción: los medios de comunicación como herramienta docente

La institución educativa, de forma genérica, y la de educación superior de forma específica, están experimentando un cambio vertiginoso en el modo de enseñar y, por extensión, en cómo el potencial discente adquirirá los conocimientos. Así, como apunta Salinas (2004), el sistema educativo está inmerso en una serie de cambios de sustancial importancia mediante los cuales hay un desplazamiento de los procesos de formación desde los entornos convencionales hacia otros ámbitos; hay una demanda generalizada para que los alumnos reciban las competencias necesarias basadas en el aprendizaje continuo; hay una comercialización del conocimiento, que genera simultáneamente oportunidades para nuevos mercados y competencias en el sector; etc. Todos estos cambios obligan a la institución educativa a realizar una serie de ajustes, no sólo en sus sistemas de distribución y comunicación, sino también, en su metodología de aprendizaje

Inmersos en este proceso de cambios, los medios de comunicación en su más amplia extensión, cobran un protagonismo singular al erigirse y, poco a poco, consolidarse, como herramientas clave dentro del proceso de aprendizaje del alumno. Además, dentro de la institución educativa superior, inmensa en la adaptación de sus titulaciones al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), los docentes han de responder al desafío que representa la implantación de un nuevo sistema docente al que va unido irremediabilmente las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), mediante las cuales, el profesor posee una herramienta clave para promover experiencias innovadoras en el proceso de aprendizaje. Sin embargo, la implantación de estas "herramientas tecnológicas" no es sencilla ni rápida, ya que, siguiendo a Fullan y Stiegelbauer (1991), con los procesos de innovación docente que tienen como objetivo las mejoras en los procesos de enseñanza-aprendizaje se constatan las dificultades para ponerlas en marcha: dificultad por parte de los profesores en las destrezas que requieren el uso de las TIC; escepticismo hacia la idoneidad de su uso en la docencia, así como reticencia al cambio.

Estos cambios que se dan en la institución, están condicionados según Regueyra:

(...) la incorporación de recursos audiovisuales, como presentaciones utilizando multimedia, videos, conferencias, películas en el caso experiencias presenciales o las aulas virtuales, recursos en la Internet en procesos de aprendizaje virtuales, así como el acceso virtual a bibliotecas, revistas y libros ha generado características distintas en los actuales procesos educativos (2011, p.3).

Así, el impacto de las TIC como un elemento docente clave, fuerza hacia un cambio de rol en la función del profesor. De este modo, tal y como apuntan Mason (1998), Heeren y Collins (1993); Brée (1995); Salinas (2004) y Bustos González (s.f.) la incursión de las "herramientas comunicativas" en este proceso conlleva:

1. Cambios en las concepciones: cómo funciona el aula, nuevas identidades docentes, definición de los procesos didácticos.

2. Cambios en los recursos básicos: contenidos (materiales), infraestructuras (acceso a redes), uso abierto de estos recursos (manipulables por el profesor, por el alumno...).

3. Cambios en las prácticas de los profesores y de los alumnos: la adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior ha facilitado que los docentes universitarios hayan empezado a aplicar nuevas metodologías, teniendo en cuenta los cambios anteriormente citados.

2. La educación en medios de comunicación: una asignatura pendiente

La educación en medios de comunicación, tradicionales y emergentes, ha sido objeto de estudio y análisis desde la práctica existencia de los mismos, pero casi exclusivamente desde la percepción del menor. Así, como apuntan Brée (1995); Del Río *et al.* (2004); Bermejo (2005); Bringué y Sádaba (2009); Ambrós (2011), entre otros, el niño, dada su edad, es más vulnerable ante la decodificación que para él representa la lectura de los medios de comunicación, debido a que su desarrollo cognitivo está en proceso de construcción.

Sin embargo, poco se ha estudiado sobre las destrezas mediáticas que posee el adulto, en especial en aquellas derivadas de las nuevas tecnologías que vienen de la mano de Internet (móviles, Smartphone,...), ya que se entiende que es un individuo con capacidad suficiente para decodificar y comprender la cultura mediático-tecnológica en la que se encuentra inmerso. Nada más lejos de la realidad, y así lo ha puesto de manifiesto el estudio llevado a cabo por investigadores españoles de diferentes universidades titulado "Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España"³. El estudio, que se llevó a cabo mediante la realización de encuestas a personas

³ Diecisiete universidades participaron en esta investigación, pertenecientes a cada una de las comunidades autónomas: Cataluña (Universitat Pompeu Fabra); Andalucía (Universidades de Huelva, Granada, Málaga, Cádiz, Córdoba, Sevilla); Navarra (Universidad de Navarra); País Vasco (Universidad del País Vasco); Madrid

con edades desde los 16 años, pone de manifiesto, a grandes rasgos, el alto grado de desconocimiento, aunque se reduce ligeramente entre los jóvenes, especialmente en aquellas preguntas relacionadas con el uso de ciertos dispositivos técnico-electrónicos y algunos aspectos vinculados con las redes. También se ha detectado un alto índice de incapacidad para valorar de forma argumentada aspectos de orden estético en los mensajes de los medios, así como para utilizar con cierta corrección el lenguaje como forma de expresión

Piscitelli (2006) observa, en este sentido, la existencia de una brecha "mediático-tecnológica" preocupante entre los denominados por Premsky (2001) como "nativos digitales" y los "inmigrantes digitales"⁴. De esta manera, mientras que los nativos digitales son aquellos individuos que han nacido rodeados de las nuevas tecnologías y que, desde los primeros años de su vida, están habituados a utilizar dichas tecnologías; los inmigrantes digitales son personas que no han crecido con el uso de estas tecnologías y que, por diversas razones, han tenido que aprender a utilizarlas.

Así, tal y como plantea García los nativos digitales:

Forman parte de una generación que ha crecido inmersa en las Nuevas Tecnologías, desarrollándose entre equipos informáticos, videoconsolas y todo tipo de artilugios digitales, convirtiéndose los teléfonos móviles, los videojuegos, Internet, el email y la mensajería instantánea en parte integral de sus vidas y en su realidad tecnológica. Navegan con fluidez; tiene habilidades en el uso del ratón, utilizan reproductores de audios y video digitales a diario; toman fotos digitales que manipulan y envían; y usan además sus ordenadores para crear videos, presentaciones multimedia, música, blogs, (...) les encanta hacer varias cosas al mismo tiempo: son multitarea. Afrontan distintos

(Universidades Carlos III y Complutense); Galicia (Universidad de Santiago); Aragón (Gobierno de Aragón); Valencia (Universitat Jaume I); Asturias (Gobierno de Asturias); Cantabria (Universidad de Cantabria); Murcia (Universidad Católica de Murcia); Canarias (Universidad de La Laguna); La Rioja (Universidad de La Rioja); Castilla-La Mancha (Universidad de Castilla-La Mancha); Castilla-León (Universidad de Valladolid); Baleares (Universitat Illes Balears); Extremadura (Universidad de Extremadura).

⁴ Atendiendo a García, Portillo, Romo y Benito "Inmigrantes digitales" son aquellos que se han adaptado a la tecnología y hablan su idioma, pero con "un cierto acento". Estos inmigrantes son fruto de un proceso de migración digital que supone un acercamiento hacia un entorno altamente tecnificado, creado por las TIC. Se trata de personas entre 35 y 55 años que no son nativos digitales y han tenido que adaptarse a una sociedad cada vez más tecnificada. Entre ambas generaciones las diferencias pueden ser importantes: En contraste con los inmigrantes, con cierta tendencia a guardar en secreto la información (el conocimiento es poder), los nativos digitales comparten y distribuyen información con toda naturalidad, debido a su creencia de que la información es algo que debe ser compartido. Para los inmigrantes digitales, la capacidad de abordar procesos paralelos de los nativos digitales no son más que comportamientos con apariencia caótica y aleatoria. Texto en red mediante el siguiente enlace <http://spdece07.ehu.es/actas/Garcia.pdf>

canales de comunicación simultáneos, prefiriendo los formatos gráficos a los textuales. Utilizan el acceso hipertextual en vez del lineal. Funcionan mejor trabajando en red. Y prefieren los juegos al trabajo serio (2010, p. 2).

De este modo, existe la paradoja de que el público niño-adolescente, al que cotidianamente se le ha prestado más atención por ser más vulnerables a este tipo de contextos, es el potencialmente más preparado para acatarlos y utilizarlos. Por el contrario, los "inmigrantes digitales" han tenido que adaptarse a una sociedad cada vez más tecnificada, y poseen menos destrezas para desenvolverse en la cultura mediática y tecnológica en la que están inmersos.

En este sentido, tampoco podemos obviar la postura de investigadores como Regueyra quien mantiene que no sólo existe una brecha digital debido al desfase generacional, sino que esta brecha también se ocasiona por la disparidad económica:

La velocidad con que se ha introducido la tecnología en los hogares, la escuela, los lugares de trabajo, en el entorno económico y social ha provocado grandes cambios en las relaciones familiares, sociales y económicas, es decir, han generado una brecha entre la población que tiene acceso a estas tecnologías y las que no la tienen, consecuencia directa de una sociedad socioeconómicamente desigual. Por un lado, las poblaciones que se ubican en extractos sociales con limitaciones económicas para satisfacer sus necesidades fundamentales, no tienen acceso a estos recursos tecnológicos y junto con las generaciones que nacieron antes de la era digital, conforman una población que se ha quedado al margen de estos desarrollos tecnológicos, a esta situación se le ha denominado brecha digital (...) (2011, p.5).

Fruto de esta controversia, nace el trabajo que aquí presentamos, realizado sobre estudiantes universitarios de primer curso, que se pueden considerar "nativos digitales", con el objetivo de averiguar, por un lado, su competencia mediática en el uso de Internet y concretamente de un ciberperiódico: *Comunic@ndo*⁵; y por otro lado, observar la implementación de este medio digital como herramienta docente para el aprendizaje de determinadas competencias comunicativas de la asignatura *Comunicación y Medios*

⁵ <http://www.comunicando.com.es>

Escritos, que se imparte en primero del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Alicante (España).

Este planteamiento, el uso de Internet como herramienta educativa, está en la línea de los trabajos propuestos por De Benito (2000); Salinas Gálvez (2004); Coronado (2005); De la Torre (2006) o González Pérez (2011), entre otros. Sin embargo, nuestra experiencia no está supeditada a herramientas digitales ubicadas en el entorno Internet como pueden ser los blogs, wikis, google docs y otros, sino que trasladamos un medio de comunicación convencional, el periódico, al entorno Internet, creando un ciberperiódico como instrumento educativo.

3. La asignatura *Comunicación y medios escritos*

La Universidad de Alicante inició en el curso 2010-2011 la adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior y transformó la Licenciatura de Publicidad en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas. En el nuevo plan de estudios, se ubicó la asignatura *Comunicación y Medios Escritos*. Esta asignatura está encuadrada en el módulo de *Fundamentos y procesos de la comunicación* y está considerada de formación básica. Dispone de 6 créditos ECTS (European Credits Transfer System) y en su formulación ha primado sobre todo el contenido práctico y la evaluación continuada, aprovechando para ello, por primera vez, la realización de las prácticas en aulas de informática.

La asignatura tiene como descriptor: "Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos" y estudia los procesos de selección, producción y valoración de hechos e ideas, los procesos de composición y comunicación social, las formas de expresión, los estilos y las estructuras internas y externas que adoptan los mensajes de actualidad y el resto de unidades de redacción periodísticas, de los géneros informativos, interpretativos y de opinión, canalizados a través de la prensa e Internet y de otros mensajes de la comunicación de masas.

Los contenidos están dirigidos a conseguir que los alumnos comprendan que las distintas formas de la comunicación son otras tantas herramientas para que el comunicador pueda desarrollar y exponer sus contenidos. Además, se les muestran las características de la ordenación y estructuración de la información y se les enseña a entender las relaciones informativas de los medios con los ciudadanos.

En el eje práctico destaca el objetivo de enseñar las técnicas de comunicación escrita: el tratamiento de las fuentes, los distintos géneros y la gestión de contenidos en todos sus aspectos. A su vez, se trata de fomentar un conjunto de destrezas intelectuales (comprensión de conceptos, utilización y procesamiento crítico de los medios de comunicación y discusión de piezas periodísticas sobre temas científicos), y afectivas (actitudes de cooperación en el trabajo, comunicación del conocimiento, ...) que son el fundamento de la construcción de criterios propios y de un pensamiento autónomo.

Esta asignatura contribuye a la conformación de las competencias del alumno en el conocimiento del funcionamiento de los medios de comunicación; la capacidad de expresión escrita del alumno en referencia a las características propias de esos medios; introducirse en el estudio de la formalización del discurso periodístico e integrarlo como un elemento esencial del proceso comunicativo y conocer los fundamentos de la construcción del mensaje periodístico, sobre todo, en su formato informativo esencial, la noticia.

Desde el punto de vista cognitivo, el alumno debe conocer cómo usar adecuadamente los recursos que posibiliten las TIC. También tiene que utilizar adecuadamente las normas ortográficas y gramaticales para poder usar de forma correcta el lenguaje. Además, el alumno debe comprender, razonar y sintetizar contenidos de diversos ámbitos de conocimiento, así como expresarse correctamente de forma oral y escrita en su lengua nativa.

La asignatura contribuye al perfil profesional del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas adiestrando en la capacidad para utilizar las tecnologías, así como las técnicas comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos interactivos, especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación.

En relación directa con los contenidos, la asignatura se divide en sesiones teóricas y prácticas a partes iguales, asimismo contempla el trabajo autónomo y colaborativo del alumnado. Las clases prácticas son esenciales por su obligatoriedad. El conocimiento del trabajo del periodista constituye el grueso de las prácticas que el alumno debe llevar a cabo durante el curso. La base es la redacción de noticias, entrevistas, reportajes, editoriales y notas de prensa. Los textos son publicados en el ciberperiódico de la asignatura, *Comunic@ndo*, que es el objeto de estudio de este trabajo.

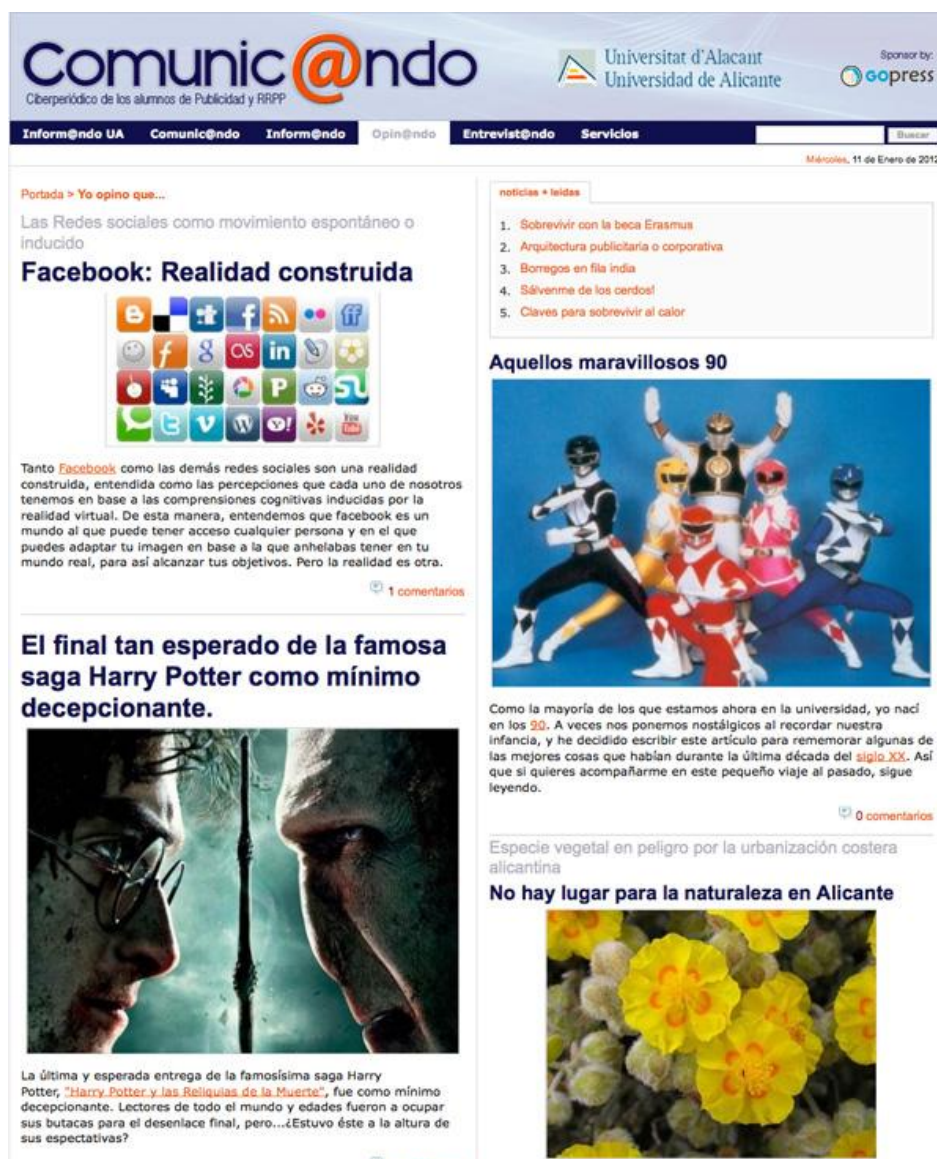
4. El ciberperiódico Comunic@ndo

Para desarrollar las competencias y habilidades recogidas en la guía docente de la asignatura se optó por buscar una plataforma informática que permitiese crear una publicación digital. Así nace, en 2010, *Comunic@ndo*, el ciberperiódico que forma parte del proyecto académico de aproximación real de las tecnologías de la información al alumnado de la asignatura *Comunicación y medios escritos*. Al mismo tiempo, se creó la "Red de Investigación *Comunic@ndo*", dentro del Programa de Redes de Investigación en Docencia Universitaria⁶. Este grupo de investigación se creó para dar apoyo metodológico y educativo a los profesores implicados.

El proyecto consiste en la puesta a punto de una redacción encargada de dar vida a un ciberperiódico real, más allá de la experimentación en el aula. Por un lado, hay una parte de la redacción que está compuesta por todos los alumnos de la asignatura, que realizan prácticas en el ciberperiódico, escribiendo noticias, artículos y entrevistas. Estos trabajos les sirven para introducirse en el mundo del ciberperiodismo, al tiempo que desarrollan las competencias y habilidades recogidas en la guía docente de la asignatura, anteriormente descritas. Su colaboración es temporal, y dejan de pertenecer a la redacción cuando acaba el cuatrimestre.

⁶ El programa Redes de innovación docente está organizado por el Instituto de Ciencias de la Ecuación (ICE) y está financiado por el Vicerrectorado de Planificación Estratégica y Calidad de la Universidad de Alicante. El Programa impulsa proyectos de investigación constituidos en equipos de trabajo colaborativo entre profesores, dirigiendo sus esfuerzos hacia la mejora de la docencia en general y la calidad del aprendizaje de los estudiantes, con la finalidad de promover el intercambio de experiencias, metodologías y herramientas entre profesionales del ámbito universitario. En: <http://www.ua.es/ice/redes/index.html>

Figura No.1: Portada del ciberperiódico *Comunic@ndo*



Fuente: <http://www.comunicando.com.es>

Por otro lado, existe una redacción estable del ciberperiódico que está compuesta por todos aquellos alumnos que, voluntariamente, aceptan la responsabilidad de llevar adelante los diferentes trabajos que engloban el mantenimiento de un medio digital, dedicando parte de su tiempo libre, sin recibir a cambio ningún tipo de compensación en forma de calificaciones, pero siendo conscientes del beneficio curricular que les da su participación.

Este carácter voluntario viene recompensando en forma de una práctica semiprofesional que les sitúa en primera línea de las nuevas tendencias desde dos puntos de vista: el técnico, que les otorga conocimientos de gestión y edición online; y el periodístico, que les anima a buscar y redactar noticias para las diferentes secciones.

También es sinónimo de colaboración y autonomía, porque se transforma en un modelo no dirigido. Es decir, aunque la estructura básica está creada por el equipo de profesores, los redactores aportan sus noticias y sus reportajes con sus propios puntos de vista, construyendo entre todos un ciberperiódico plural en todos los sentidos.

El ciberperiódico *Comunic@ndo* emplea un sistema de edición (Control Management System, CMS) creado por la empresa alicantina de trabajo en redes y comunicación Nitsnets Studio⁷ bajo el nombre de *Gopress*⁸. La decisión de emplear esta plataforma, y no otra, viene de las características que la hacen fácil de usar en comparación a otro tipo de sistemas de gestión de contenidos. Además de una plataforma sencilla para incluir contenidos periodísticos propios, permite gestionar y crear secciones, encuestas, comentarios, tiene proveedor de contenidos de RSS (Really Simple Syndication) y recientemente se han incluido las redes sociales, con lo que los lectores pueden promocionar las noticias que más les gustan, tanto en Facebook como en Twitter.

Como plataforma de innovación educativa, *Gopress* permite al mismo tiempo el aprendizaje práctico de las más avanzadas herramientas web: accesos restringidos, gestión *online*, copias de seguridad, diseño gráfico, archivos, imágenes, audio y video, diagramación y publicación en tiempo real, inserción en sitios web cooperativos, etc.

El interés de esta investigación se justifica en la necesidad de aplicar métodos docentes innovadores relacionados con las TIC, capaces de motivar al alumnado y facilitar su aprendizaje, fomentando el trabajo colaborativo. Es por ello que se planteó la necesidad de conocer detalladamente de qué manera se mejora la adquisición de las competencias y habilidades requeridas en la guía docente de la asignatura Comunicación y medios escritos.

5. Metodología

La hipótesis de partida planteada es que la utilización de *Comunic@ndo* en las clases prácticas de la asignatura mejora el proceso de aprendizaje facilitando la adquisición de

⁷ <http://www.nitsnets.com>

⁸ <http://www.gopress.es>

competencias y habilidades expuestas anteriormente, que están recogidas en la guía docente de la asignatura.

Para confirmar o refutar esa hipótesis se ha realizado una encuesta a una muestra de alumnos de primer curso del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas correspondiente al año académico 2011-2012, un total de 106⁹ alumnos, con el fin de determinar en qué medida se cumplen los objetivos que se han marcado en la asignatura. La elaboración del cuestionario ha tenido en cuenta aquellas competencias que se desarrollan mediante las prácticas elaboradas en el ciberperiódico *Comunic@ndo*.

Para ello, se han definido unas variables, entendida en el sentido que da Francis Korn: "Lo que se llama "variable" en el discurso sociológico no significa otra cosa que un aspecto o dimensión de un objeto" y los indicadores correspondientes a cada una de ellas, que se refieren al conjunto de valores en que se divide cada variable y que son imprescindibles para el proceso de validación (1969, p. 9).

En primer lugar, se ha valorado si los alumnos dominan las técnicas fundamentales de búsqueda, selección y transmisión de información, y si conocen los procesos de selección, producción y valoración de hechos e ideas. Esta primera variable se ha medido consultando a los alumnos sobre los buscadores que utilizan para documentarse, las fuentes más utilizadas y cómo las usan para redactar las noticias de *Comunic@ndo*.

La segunda variable que se ha medido es la que se refiere a la competencia de expresarse correctamente de forma escrita en su lengua nativa y utilizar adecuadamente las normas ortográficas y gramaticales en el lenguaje escrito.

La tercera variable analizada hace referencia a si *Comunic@ndo* les ha ayudado a conocer las formas de expresión, los estilos, las estructuras que adoptan los mensajes de actualidad y el resto de las unidades de redacción periodística.

La cuarta variable analizada es el conocimiento que han adquirido los alumnos de los mecanismos de producción, realización y distribución de los mensajes periodísticos en medios escritos y digitales. En este apartado se incluye si reconocen las características básicas de la información en Internet, como la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad.

⁹ Estos 106 alumnos suponen el 45% de la población total de estudiantes que durante el año 2011/2012 están cursando primero de Grado de Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad de Alicante.

La quinta variable mide si los alumnos saben utilizar las herramientas básicas para elaborar mensajes periodísticos y si han adquirido las habilidades para exponer y transmitir los textos periodísticos en Internet. También se valora si la plataforma de edición de *Comunic@ndo* ha sido una herramienta fácil de usar, tanto para escribir los textos, como para incorporar imágenes y vídeos.

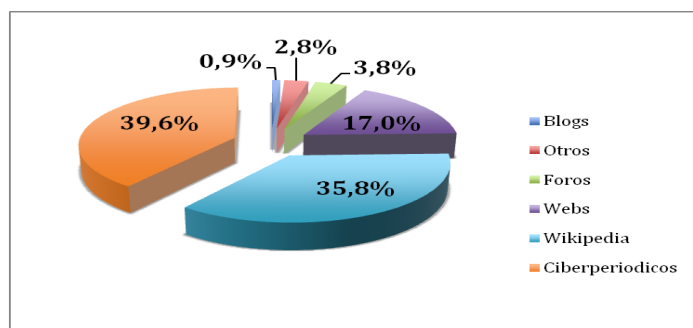
Por último, en el cuestionario se les pregunta si consideran que sus prácticas en *Comunic@ndo* les facilitan el aprendizaje de los contenidos de la asignatura, y si querrían continuar utilizando esta herramienta en las prácticas de otras asignaturas. De esta manera, se evalúa también el grado de satisfacción con la herramienta de aprendizaje.

Los resultados de la encuesta se volcaron a una plantilla elaborada con el programa de tratamiento estadísticos de datos SPSS 16.0, con el que se realizó el análisis descriptivo.

6. Resultados

La primera pregunta del cuestionario interroga a los alumnos sobre las fuentes de información que utilizan para documentarse antes de redactar. Los resultados de la encuesta indican, en primer lugar, que el 98% de los alumnos utiliza *Google* como buscador de referencia. Otras fuentes de información que utilizan para documentarse y después escribir sus propias noticias son los ciberperiódicos (39,6%), seguidos de la *Wikipedia* (35,8%), mientras que un 17% visitan webs institucionales. Sólo un 3,8% utilizan foros y un 0,9% usan blogs (Gráfica 1).

Gráfica No.1
Fuentes de información usadas para documentarse

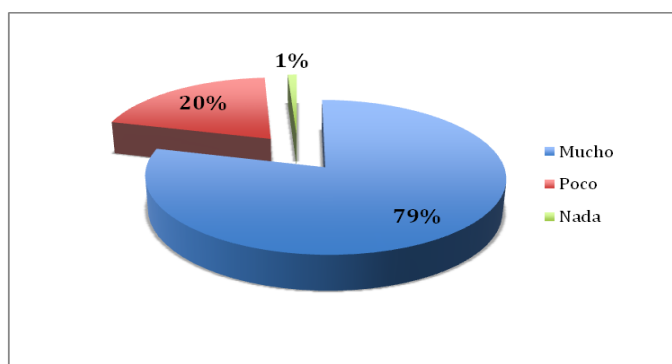


Fuente: Elaboración propia, con resultados de la encuesta realizada a los estudiantes (2011).

También se ha evaluado qué uso hacen de la información que han obtenido para documentarse y escribir posteriormente las noticias en *Comunic@ndo*. En este caso, un 59,9% afirman que copian los datos y después reelaboran el texto; un 48,1% escriben la noticia directamente sobre el sistema de edición; mientras que sólo el 0,9% reconoce que copia y pega la noticia. Se comprueba de esta manera que los alumnos son conscientes de la importancia de documentarse adecuadamente antes de redactar sus textos, pero al mismo tiempo saben que no deben "copiar y pegar", cosa que supondría un plagio.

Gráfica No.2

El ciberperiódico ayuda a conocer cómo redactar noticias en Internet



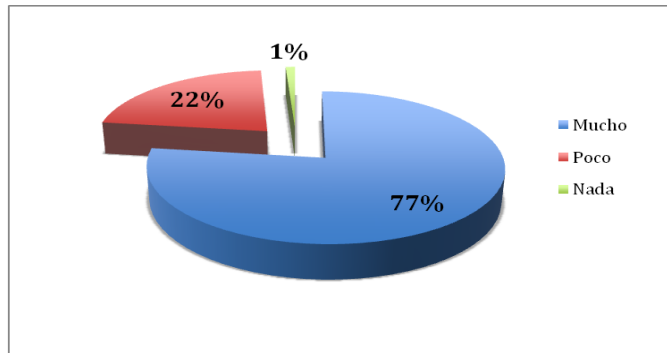
Fuente: Elaboración propia, con resultados de la encuesta realizada a los estudiantes (2011).

En lo concerniente a la utilidad del ciberperiódico a la hora de instruirles en la redacción de las noticias en el medio Internet, la gráfica 2 muestra que la inmensa mayoría de los alumnos (79%) lo considera de notable ayuda, frente a un 20% que estima que la herramienta *Comunic@ndo* les ayuda poco (Gráfica 2).

Ahora bien, en este sentido, también se les preguntó por el grado de ayuda que esta herramienta les suponía, tanto en la mejora de la redacción de forma general, como en la ortografía de la misma. Una mayoría de los alumnos consideraron que *Comunic@ndo* les había sido de poca utilidad, tanto para mejorar su forma de redactar (57,5%), como para mejorar sus ortografía (65,1%). Se presupone que los alumnos consideran que esas competencias no están relacionadas con el medio en el que se desenvuelven, en este caso, la redacción *online*.

Uno de los temas, y por extensión de los objetivos de la materia, es dar a conocer al alumno los géneros periodísticos existentes, así como proporcionarles las nociones clave para que sean capaces de elaborarlos. Para ello también se tomó como herramienta base el ciberperiódico, mediante el cual el alumno tiene que realizar prácticas adscritas a diversos géneros periodísticos: reportaje, entrevista, noticia, etc. y trasladarlos al entorno mediático Internet de la mano de *Comunic@ndo*. Esta práctica ha sido evaluada por el alumno de forma claramente satisfactoria, ya que un 77% considera que el ciberperiódico les ha ayudado *mucho* a comprender los géneros periodísticos (Gráfica 3). Además, la elaboración e inclusión de los géneros periodísticos a través de la herramienta docente también se utilizó para mostrar al alumno la difusión y distribución de un género concreto: la noticia, en el entorno del medio online. Esta práctica ha sido positivamente acogida: un 83% asegura que *Comunic@ndo* no sólo les ha ayudado a aprender a redactar una noticia y a incluirla en un ciberperiódico, sino que también les ha enseñado cómo difundir la misma a través de Internet.

Gráfica No.3
Ayuda a conocer y comprender los géneros periodísticos

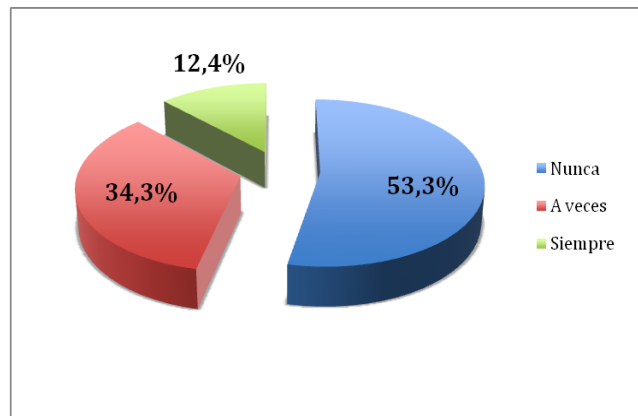


Fuente: Elaboración propia, con los resultados de la encuesta realizada a los estudiantes (2011).

El profesorado también mostró interés en que el alumno no sólo creara contenido y lo trasladara al ciberperiódico, sino que también participara en las encuestas, para fomentar la participación y comprender la importancia de la interactividad. En este sentido, el alumno no es reacio a participar en encuestas, pero un 53,3% admite que no lo ha hecho nunca (Gráfica 4). Creemos que el hecho de que este tipo de prácticas sean de índole voluntaria

revierte en la participación del alumno y nos planteamos, en próximos cursos, proponer una práctica de esta índole, si bien manteniendo su voluntariedad, incentivando la participación mediante algún tipo de puntuación para la nota final.

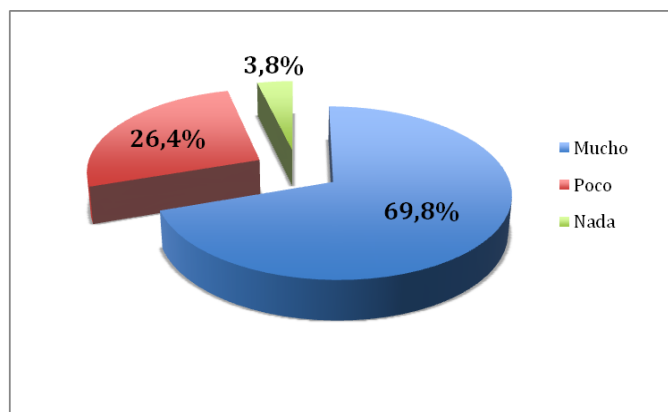
Gráfica No.4
Participación en encuestas



Fuente: Elaboración propia, con resultados de la encuesta realizada a los estudiantes (2011).

Además de utilizar *Comunic@ndo* como herramienta para consolidar las competencias mediáticas de los alumnos en un cibermedio, a través de la adquisición de los conocimientos establecidos en la asignatura, el profesorado también consideró oportuno aplicar todas las herramientas y factores que posibilita Internet a la consecución de los objetivos propuestos. De ahí que, una de las sugerencias en cada práctica era la inclusión de la hipertextualidad, multimedialidad e interactividad en la redacción de las noticias, para que el alumno, de modo práctico, pudiera aprender las peculiaridades del contexto en el que se desarrolla este ciberperiódico, peculiaridades intrínsecas al medio *online*. Esta sugerencia ha sido llevada a cabo por mayoría de los alumnos, ya que el 70% afirma incluir habitualmente imágenes y vídeos en sus noticias, lo que nos da a entender que, o bien los alumnos ya las conocían, o bien el hecho de instar a su uso ha fomentado su aplicación y por extensión su conocimiento (Gráfica 5).

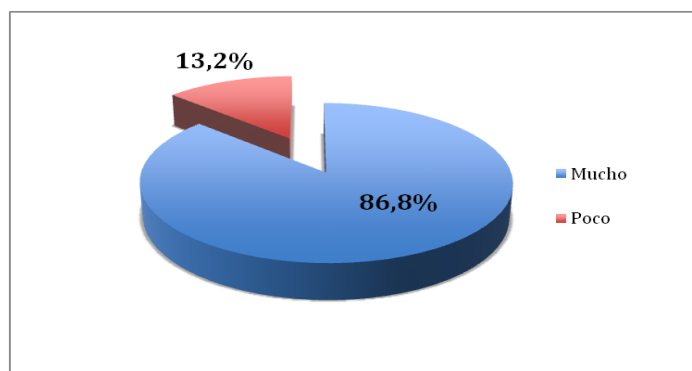
Gráfica No.5
Inclusión de imágenes y vídeos en las noticias



Fuente: Elaboración propia, con resultados de la encuesta realizada a los estudiantes (2011).

El mayor reto de este proyecto y su razón de ser radican en la utilidad que tiene, tanto para el profesorado como para el alumnado, el uso del ciberperiódico para mejorar las competencias de los alumnos a la hora de redactar noticias y asimilar de una manera práctica los contenidos. Así, se preguntó a los alumnos acerca de este hecho, y la inmensa mayoría (87%) están satisfechos, ya que consideran que *Comunic@ndo* les ha ayudado a adquirir los conocimientos establecidos en la materia, además de instruirlos en las competencias mediáticas que el uso de este ciberperiódico conlleva (Gráfica 6).

Gráfica No.6
***Comunic@ndo* es útil para aprender los contenidos de la asignatura**



Fuente: Elaboración propia, con resultados de la encuesta realizada a estudiantes (2011).

Finalmente, ante la posibilidad de utilizar el ciberperiódico para elaborar prácticas de otras asignaturas relacionadas con la comunicación, la respuesta también ha sido muy positiva, ya que el 80% de los alumnos han respondido que les gustaría seguir usando la plataforma de *Comunic@ndo*.

7. Principales conclusiones y discusión

Los resultados de este primer estudio indican que la aplicación del proyecto *Comunic@ndo* en las prácticas de la asignatura *Comunicación y medios escritos* ha sido bien acogida por los alumnos, ya que ha significado un cambio positivo en el proceso de aprendizaje, mejorando sus competencias mediáticas. Gracias a la redacción de textos para el ciberperiódico, los alumnos han aprendido las bases de la redacción periodística y también han aplicado las características básicas de la comunicación en Internet. De esta manera, han aprendido la importancia de la hipertextualidad, con los enlaces en las noticias; la multimedialidad, con la inclusión de fotos y vídeos; la interactividad, con los lectores y entre los redactores; y la actualización continuada de la información, todo ello de una manera práctica, aplicando los conocimientos teóricos en una plataforma semiprofesional. Además, ha servido para fomentar el trabajo en equipo, la colaboración intelectual, la implicación y la responsabilidad en el trabajo colaborativo. También ha permitido ver la capacidad del estudiante de situarse ante un tema para valorarlo críticamente, de manera reflexiva, y ha ayudado en la comprensión de la parte teórica de la asignatura.

Por otro lado, la plataforma de edición del ciberperiódico ha demostrado ser una herramienta útil, con resultados semiprofesionales y grandes posibilidades de personalización y gestión, lo que la convierten en una buena opción para mejorar el aprendizaje de los alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Alicante.

Este proyecto, que se ha iniciado en el curso 2010-2011, se seguirá aplicando en próximos cursos y en un futuro se ha planteado realizar sesiones formativas sobre el uso de las redes sociales, para utilizarlas como plataforma de interactividad y difusión de los contenidos de *Comunic@ndo* y realizar campañas publicitarias para dar a conocer el ciberperiódico en el entorno de la Universidad de Alicante y en otras universidades con estudios de Comunicación.

Cabe resaltar que este proyecto ha creado un ambiente propicio para el desarrollo de la autonomía del alumno, la motivación, la responsabilidad por el estudio, así como la disposición para cooperar y trabajar colaborativamente, buscando el bien colectivo.

Finalmente, también debemos subrayar la destreza y agilidad con la que el alumno ha ido asimilando los procesos de elaboración de las prácticas en el contexto del ciberperiódico. Este hecho constata los postulados de Premsky (2001), García (2010) y Regueyra (2011), autores que apuntan la facilidad que este tipo de alumnos, enmarcados en los denominados "nativos digitales", poseen a la hora de abordar actividades bajo el amparo de las TIC. Consideramos de notable importancia este hecho, ya que el uso de cualquier herramienta "mediático-tecnológica" en la labor docente es, dado los resultados obtenidos, de notable interés y atractivo para el alumno, lo que supone un incentivo a la hora de abordar la materia por parte del profesor, y desarrollar el proceso de aprendizaje por parte del alumno.

Referencias

- Ambrós, Alba y Breu, Ramón. (2011). **Educación en medios de comunicación. La educación mediática**. Barcelona: Graó.
- Brée, Joel. (1995). **Los niños, el consumo y el marketing**. Barcelona: Paidós.
- Bustos González, Atilio (s.f.). **Estrategias didácticas para el uso de las TIC's en la docencia universitaria presencial. Un manual para los ciudadanos del Ágora**. Recuperado de http://books.google.com/books?id=ngxq2nYRD1gC&pg=PA38&dq=tics+en+la+educacion&hl=es&ei=taN2Tf7zD4LSsAPjzMS0BA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=6&ved=0CEUQ6AEwBQ#v=onepage&q&f=false
- Bermejo Berros, Jesús. (2005). **Narrativa audiovisual. Investigación y aplicaciones**. Madrid: Pirámide.
- Bringué, Xavier y Sádaba, Charo. (2009). **La generación interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas**. Madrid: Ariel.
- Coronado, Oscar. (2005). Tres miradas al mundo de los medios digitales y la comunicación. **Actividades Investigativas en Educación**, 5(2). Recuperado de <http://revista.inie.ucr.ac.cr/buscar-articulos/controlador/Article/accion/show/articulo/tres-miradas-al-mundo-de-los-medios-digitales-y-la-comunicacion.html>
- De Benito, Bárbara. (2000). Herramientas para la creación, distribución y gestión de cursos a través de Internet. **Revista Electrónica de Tecnología Educativa**, 12 (junio).

- Del Río, Pablo y otros. (2004). **Pigmalión. Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia**. Madrid: Fundación Infancia y Aprendizaje.
- De la Torre, Anibal. (2006). Web educativa 2.0. **Revista Electrónica de Tecnología Educativa**, 20 (junio). Recuperado de <http://edutec.rediris.es/Revelec2/Revelec12/PDF/deBenito.pdf>
- Fullan, Michael y Stiegelbauer, Suzanne. (1991). **The New Meaning of Educational Change**. Londres: Casell.
- García, Felipe. (2010). **Nativos digitales y modelos de aprendizaje**. Recuperado de: <http://spdece07.ehu.es/actas/Garcia.pdf>
- González Pérez, Esteban (2011). Recursos del google para el desarrollo de una unidad didáctica con estudiantes de educación superior. **Actualidades Investigativas en Educación**, 11, 1-15. Recuperado de <http://revista.inie.ucr.ac.cr/buscar- articulos/controlador/Article/accion/show/articulo/recursos-de-google-para-el-desarrollo-de-una-unidad-didactica-con-estudiantes-de-educacion-superior.html>
- Heeren, Elkse y Collis, Betty. (1993). Design considerations for telecommunications-supported cooperative learning environments: concept mapping as a telecooperation support tool. **Journal of Educational Multimedia and Hypermedia**, 4(2), 107-127.
- Korn, Francis. (1969). **El significado del término variable en sociología**. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Mason, Robin. (1998). Models of online courses. **ALN Magazine**, 2(2). Sloan Consortium. Recuperado de: http://www.aln.org/alnweb/magazine/vol2_issue2/masonfinal.htm
- Piscitelli, Alejandro. (2006). Nativos e inmigrantes digitales ¿Brecha generacional, brecha cognitiva, o las dos juntas y más aún? **Revista Mexicana de Investigación Educativa**, 11 (28), 179-185.
- Prensky, Marc. (2001). Digital natives, digital immigrants. **On the Horizon**, 9(5), 1-6. Recuperado de: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives.%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>
- Regueyra Edelman, María Gabriela. (2011). Aprendiendo con las TIC: una experiencia universitaria. **Actualidades investigativas en Educación**, 11, 1-30.
- Salinas, Jesús. (2004). Innovación docente y uso de las TIC en la enseñanza universitaria. **Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)**, UOC, 1(1). Recuperado de: <http://www.uoc.edu/rusc/dt/esp/salinas1104.pdf>
- Salinas Gálvez, Herminia. (2004). **Uso de Internet como herramienta pedagógica para facilitar el aprendizaje elaborativo y profundo**. Tesis para optar por el grado de Doctorado, Universidad de Chile.